

## Loppuraportti

**Hankkeen nimi:** Datan muovaama journalismi: Miten analytiikka vaikuttaa toimittajien ja yleisön käsityksiin toisistaan?

**Myöntövuosi:** 2022

**Myönnetty summa:** 150 000 euroa

**Hanke alkoi:** 3.10.2022

**Hanke päättyi:** 30.9.2024

**Hankkeeseen muualta saatu rahoitus (summa ja myöntäjä):** -

**Vastuhenkilö (nimi, asema ja organisaatio):** Laura Ahva, apulaisprofessori ja Heikki Heikkilä, apulaisprofessori, Tampereen yliopisto

**Muut tutkijat/työryhmän jäsenet:** Pauliina Penttilä, tutkijatohtori ja Liisa Ovaska, väitöskirjatutkija, Tampereen yliopisto.

**Tiivistelmä hankkeesta:** Yleisö käyttää journalismia yhä enemmän verkossa, jossa heidän toimistaan kertyy dataa. Käyttäjätiedoista tehty analyysi vaikuttavat suoraan ja välillisesti siihen, millaista journalismia yleisölle tarjotaan. Journalismin ja yleisön suhde on siis dataistunut, mutta miten tämä näkyy toimitusten ja yleisön arjessa? Entä mitä tapahtuu, kun toimittajien ja yleisön käsitykset dataistumisesta kohtaavat? Tässä laadullisessa tutkimushankkeessa kohdensimme huomion erityisesti Iltalehden yleisöanalytiikkaan ja yleisöihin. Dataistumisen vaikutuksia journalismiin tutkittiin kolmessa osassa. Ensimmäisessä tarkasteltiin etnografisin keinoin, miten yleisöanalytiikka näkyy Iltalehden toimituksen työssä ja miten se vaikuttaa toimittajien käsityksiin yleisöstä. Toisessa osuudessa tutkittiin yleisön jäsenten havaintoja dataistumisesta ja heidän näkemyksiään analytiikan tapaisten työkalujen hyödyntämisestä etenkin Iltalehden journalismissa. Viimeisessä osuudessa toimittajat ja yleisö tuotiin kasvokkaiseen keskusteluyhteyteen, jossa päästiin vertaamaan näkemyksiä ja kokemuksia. Keskeinen tuloksemme on, että analytiikka on muuttanut etenkin toimitustyötä suuntaan, jossa algoritmisen yleisön liikkeitä seurataan kiinteästi ja niihin reagoidaan nopeasti, jotta saataisiin sekä journalistisia että taloudellisia voittoja. Yleisö nauttii Iltalehden journalismista puheenaiheiden tuottajana, mutta koska lukijat eivät ole tietoisia tavoista, joilla metriikkaa käytetään journalistisesti, se tulkitsee, että datan keräämisen ja analysoimisen rooli on etupäässä taloudellinen. Analytiikka tuottaa journalismin yleisösuhteeseen pelillisiä piirteitä, jotka eivät pelkästään lähennä tätä suhdetta, vaan myös välineellistävät sitä, sillä sekä toimitus että yleisö joutuvat vahvasti myös tulkitsemaan ja jopa arvailemaan toistensa motiiveja, sillä ne eivät avaudu analytiikan avulla.

**Hankkeen tavoite:** Hankkeen tutkimuskysymys oli: Mitä toimitukset ja yleisöt tietävät toisistaan sekä toistensa toiminnasta dataistuneessa toimintaympäristössä?

**Tavoite saavutettiin (asteikolla 1–5; 1=huonosti, 5=erinomaisesti): 5.**

Tutkimushanke oli onnistunut ja loi uutta ymmärrystä siitä, miten analytiikka tuottaa journalismin ja yleisön suhteeseen pelillisiä piirteitä, joita siinä ei aikaisemmin ole ollut. Pelillistyneen yleisösuhteen kiteyttäminen on hankkeemme tarjoama uusi avaus, joka avaa ovia hedelmälliseen jatkotutkimukseen.

**Keskeiset tulokset**

**Etnografia.** Tutkija havainnoi uutisdeskin etusivutuottajien, uutispäälliköiden ja uutistoimittajien sekä maksullisen Iltalehti Plus -liitteen toimituksen työtä ja osallistui toimituksen kokouksiin kuten viikoittaisiin analytiikkapalavereihin, joissa käytiin läpi koko lehden yleisöanalytiikan tuloksia. Tutkimuksessa selvisi, kuinka analytiikka hallitsee Iltalehden journalistista kulttuuria, toimitustyön arkisia käytäntöjä ja toimituksen suhdetta yleisöön. Analytiikalla mitattu juttujen menestys ohjasi muun muassa toimituksen johdon antamaa myönteistä palautetta ja toimittajien palkitsemista. Esimerkiksi klikkauksia tuovien verkko-otsikoiden tekemisestä oli tullut osa journalistista ammattitaitoa, jota pyrittiin määrätietoisesti kehittämään.

Erityisen voimakkaasti analytiikan vaikutus näkyi maksullisen Plus-osaston työssä. Uusien tilausten tavoittelu ohjasi journalismin tuotantoa ideoinnista ja aiheiden valinnasta lähtien ja vaikutti vahvasti juttujen editointiin ja tarjoiluun: otsikon, ingressin ja tekstin alun tarkoitus oli herättää yleisön maksuhalu. Aineiston keruu ja jutun kirjoittaminen olivat kuitenkin vaiheita, joissa toimittajat käyttivät yksilöllistä autonomiaansa vahvistaakseen journalismin yhteiskunnallista merkitystä. Tutkimus osoitti, että yleisöltä tuleva rahoitus ei yksin vahvista journalismin kansalaisorientaatiota. Mediaorganisaation asettamat taloudelliset tavoitteet, vahva nojaaminen analytiikkaan ja journalististen tavoitteiden väljä määrittely johtivat päinvastaiseen tulokseen, markkinaorientaation vahvistumiseen. Toimittajat hyväksyivät tämän, sillä Plus-osasto tarjosi heille uutisosastoja laajempaa yksilöllistä autonomiaa ja mahdollisuuksia kehittää ammattitaitoaan. Tilaajien hankkimiseen tähtäävää journalismia oikeutettiin ennen kaikkea sillä, että sen nähtiin turvaavan journalismin tulevaisuutta.

**Yleisötutkimus.** Yleisötutkimukseen osallistui 21 Iltalehden lukijaa. Ryhmähaastatteluin ja pikaviestiryhmächattein tuotetussa tutkimuksessa kävi ilmi, että yleisö on kehittänyt taktiikoita vastauksena dataistuneeseen journalismiin. Taktiikoiden avulla yleisö koittaa ymmärtää dataistuneen journalismin toimintaperiaatteita ja mukauttaa omaa toimintaansa siihen. Aineistosta nousi esiin neljä taktiikkaa, jotka vaihtelivat sallivasta vastustavaan: yleisön jäsenet voivat 1) tyytyväisenä nauttia dataistuneesta journalismista, 2) alistua sen rakenteisiin mutta suhtautua siihen kriittisesti, 3) kuratoida sisältöä itse ja näin ollen pyrkiä minimoimaan esimerkiksi suosittelualgoritmien vaikutusta heidän uutistenkulutukseensa, tai 4) vastustaa sitä irtautumalla siitä, esimerkiksi kieltämällä evästeet tai välttelemällä kirjautumista. Näiden taktiikoiden

avulla yleisön jäsenet pystyivät löytämään itselleen tapoja toimia dataistuneen journalismin kanssa, vaikka he kritisoisivatkin sitä.

Tämän lisäksi tutkimme, miten yleisö ymmärtää yleisödatan roolin journalismissa. Tutkimuksessa kävi ilmi, että osallistujat näkivät yleisödatan hyödyntämisen olevan ennen kaikkea kaupallisesti motivoituvaa. He uskoivat, että yleisödatan hyödyntäminen lisää mainostajien vaikutusta journalistisiin sisältöihin, ja korostaa uutistenkuluttajien roolia ”tilaajana” eli journalismin maksajana. He uskoivat, että datan hyödyntämisen myötä kaupalliset motiivit vaikuttavat negatiivisesti journalistisiin sisältöihin, kuten aihevalintoihin ja otsikoihin. Yleisölle keskeinen oikeutus datan keruulle tuli taloudellisista syistä. Osallistujien oli vaikea nähdä ”journalistisia” syitä datan keräämiselle ja hyödyntämiselle, eivätkä he esimerkiksi uskoneet, että datan keruu auttaisi toimituksia informoimaan lukijoita paremmin.

**Kohtaaminen.** Tuodessamme yleisötutkimuksen ja toimitusetnografian havainnot yhteen, havaitsimme, että molemmissa nousee esiin pelillisyyden ajatus. Kun lähdimme tarkastelemaan toimittajien ja yleisön suhteen pelillisiä piirteitä, huomasimme, että molemmat osapuolet jakoivat käsityksen, että Iltalehti tuottaa puheenaiheita ja yleisö nauttii niiden löytämisestä. Toimitus avasi pelin otsikoilla ja käytti runsaasti resursseja, jotta ne houkuttelisivat yleisöä. Lukijat puolestaan olivat oppineet tulkitsemaan otsikoita ja päättämään niistä, kannattiko juttu lukea. Toimitus suunnitteli julkaisurytmiä analytiikkatiedon perusteella ja reagoi yleisön käyttäytymiseen minuuteissa. Lukijat vastasivat syntyneeseen runsauteen kehittämällä taktiikoita juttujen valikoimiseen. Toimitukselle analytiikka tuotti käsityksen yleisöstä algoritmisena, ohjailtavana massana, mutta yleisön käytös myös hämmensi sitä. Kun toimitus tuottamansa sisällön kautta heijasti käsitystään takaisin lukijoille, myös näiden oli vaikea tunnistaa kuvasta itseään. Toimituksen ja yleisön pelillistynyt suhde kiteytyi viiteen piirteeseen: se oli vastavuoroinen ja nopeatempoinen mutta myös epätasapainoinen, jännitteinen ja välineellinen.

## Hankkeen julkaisut, artikkelit ja kirjoitukset

Ovaska, L. (2024). From permissive to resistive tactics: How audience members engage with and make sense of datafied journalism. *Convergence*, 0(0).

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548565241283434>

Penttilä, P. (2024). Autonomy Behind the Paywall: Subscription-Chasing and Journalistic Freedom at the Level of Practice. *Journalism Practice*, 1–18.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2024.2389204>

Pauliina, P, Ovaska L. ja Ahva L. (2024) Iltalehden toimituksen ja yleisön pelillistynyt suhde analytiikan aikakaudella. *Media & viestintä*.

<https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/145549>

Näiden julkaisujen lisäksi tutkijat ovat vielä kokoamassa kahta artikkelia tutkimusaineiston perusteella. Toinen on suomenkielinen ja käsittelee Iltalehden toimituskulttuuria palautekäytäntöjen näkökulmasta ja toinen on englanninkielinen ja käsittelee lukijoiden käsityksiä (ns. kansanteorioita) talouden ohjaavasta roolista datan käytössä.

### **Esitelmät tieteellisissä konferensseissa**

Penttilä, P. (24.–25.10.2024) *Journalistic culture in a tabloid newsroom at the age of audience analytics*. Epistemic Challenges and Democratic Accountability in European Media Conference. Helsinki, Finland.

Ovaska, L. (24.–25.10.2024) *Epistemic Rights of the Audience and the Role of User Data in Journalistic Information Production*. Epistemic Challenges and Democratic Accountability in European Media Conference. Helsinki, Finland.

Ovaska, L. (26.9.2024) *"Why news media collect user data?" Folk theories of news users' data utilisation in journalism*. Ecrea ECC conference, Ljubljana, Slovenia.

Ovaska, L. (12.4.2024) *Miksi uutisorganisaatiot keräävät dataa käyttäjistään? Yleisön teorioita datan hyödyntämisestä journalismissa*. Median ja viestinnän tutkimuksen päivä, Tampere, Suomi.

Penttilä, P., Ovaska L. ja Ahva L. (12.4.2024). *Iltalehden toimituksen ja yleisön pelillistynyt suhde analytiikan aikakaudella*. Median ja viestinnän tutkimuksen päivä, Tampere, Suomi.

Ovaska L. (20.3.2024) *Why do newsrooms collect user data? Folk theories of datafied journalism*. Emerging Directions in News Use Research Conference & Launch Event for the Leverhulme News Use Project. Online.

### **Muut esitykset, luennot ja koulutukset**

Penttilä, P. ja Ovaska, L. (22.3.2024) Tulosten esittely Iltalehden toimituksessa.

Ovaska, L. (6.8.2024) News users' perspective to audience data utilisation in journalism. Ecrea Summer School, Roskilde, Denmark.

Penttilä, P. ja Ovaska, L. (2.10.2024) Uutislukupiiri: Millainen otsikko saa lukemaan uutisen? Mediakasvatustapahtuma. Pääkirjasto Metso, Tampere.

<https://tapahtumat.tampere.fi/fi-FI/page/65afc7739e4a233cf23bb895>

Penttilä, P. (5.11.2024) Toimittajat huijaavat katteettomilla otsikoilla – tarua vai totta? Totta vai tarua harhaanjohtamisesta. Studia generalia. Mediakasvatustapahtuma. Teatterimonttu, Tampereen yliopisto, Tampere.

<https://research.tuni.fi/viestintatieteiden-tutkimuskeskus/studiageneralia/>

## **Valmistuneet (tai valmistumassa olevat) opinnäytetyöt**

Liisa Ovaska on hankkeen aikana työstänyt väitöskirjaansa tulevaa kahta artikkelia, ja lisäksi hankkeen aikana kerättyä aineistoa käytetään myös Ovaskan kolmannen artikkelin toisena aineistona. Hankkeella on siis ollut suuri merkitys Ovaskan väitöskirjalle, joka käsittelee juuri yleisön kokemuksia journalismin dataistumisesta.

## **Hankkeen saama medianäkyvyys (lehtikirjoitukset, tv- ja radio-ohjelmat, muu medianäkyvyys)**

Penttilä, P. (22.11.2023) Istuin vieressä ja katselin toimittajia. Vastoin odotuksia toimittajat nauttivat siitä, kirjoittaa Pauliina Penttilä. *Journalisti*.  
<https://journalisti.fi/nakokulmat/2023/11/istuin-vieressa-ja-katselin-toimittajia-vastoin-odotuksia-toimittajat-nauttivat-siita-kirjoittaa-pauliina-penttila/>

Tuomasjukka, T. (1/2024). Houkutuslintu. *Lööppi*.  
<https://www.hs.fi/ajankohtaista/2024/03/houkutuslintu-looppi-1-2024/>

Arola, J. (8.8.2024) Maksuhalukkuutta herättämässä. *Suomen Lehdistö*.  
<https://suomenlehdisto.fi/tutkija-nakee-yleisolahtoisessa-journalismissa-uhkia-helsingin-sanomien-toimituspaallikko-taas-pitaa-maksuhalukkuuden-herattamista-synonyymina-kiinnostavalle-ja-yllattavalle-journalismille/>

## **Hankkeessa syntyneet tutkimusaineistot**

Hankkeen ensimmäisessä osatutkimuksessa, toimitusetnografiassa, kerättiin kenttämuistiinpanoja (310 sivua) ja dokumentteja (mm. palautteita ja analytiikkaraportteja, 260 sivua) sekä tehtiin yhdeksän teemahaastattelua (päätoimittajat ja päälliköt, keskimääräinen kesto 54 minuuttia) ja kymmenen avointa haastattelua (toimittajat, keskimääräinen kesto 28 minuuttia).

Hankkeen toisessa osatutkimuksessa, yleisötutkimuksessa, tuotettiin yleisöryhmien kanssa viisi Zoomissa toteutettua ryhmähaastattelua (haastatteluiden keskimääräinen kesto noin 100 minuuttia) ja viisi Signalissa toteutettua pikaviestiryhmächattia (viestien keskimäärä per ryhmä: 84,2).

Kolmannessa osatutkimuksessa tuotettiin laadullinen ryhmäkeskusteluaineisto, jossa toimittajat (2) ja lukijat (6) keskustelivat Iltalehden journalismista (noin 30 sivua litteroitua tekstiä).

## **Aineistojen tallennuspaikka mahdollista jatkokäyttöä varten**

Alma Median kanssa tehdyn sopimuksen vuoksi vain yleisötutkimusosahankkeen aineiston jatkoarkistointi on mahdollista. Aineiston jatkokäytön potentiaali arvioidaan ja sitä saatetaan tarjota anonymisoituna arkistoitavasti Tieteelliseen tietoaarkistoon (<https://www.fsd.tuni.fi/fi/>).